

日本銀行 大阪支店長

大阪観光局 理事長

正木 一博

×

溝畑 宏

## 大阪・関西万博の総括

■世界平和に向けた「大阪・関西万博」。2025年の実現は、2030年、大阪「アジアナンバーワンの国際観光文化都市」への重要なステップ。

**正木** 本日は、大阪観光局の溝畑理事長をお迎えし、大阪・関西の魅力、更なる発展に向けての取り組みや課題について、お伺いしたいと思います。そこでまず、大阪・関西万博の話から聞かせてください。昨年開催された万博は2900万人を超える来場者が訪れ、大盛況でした。私も幾度となく足を運び、満喫しました。このように大成功であったと私は思うのですが、事前準備から関与された溝畑理事長の万博の評価・総括をお伺いしたいと思います。

**溝畑** まず、今回の大阪・関西万博が開催された2025年は、戦後80年、昭和100年にあたります。また私が憧れる「大阪」が提唱された1925年からちょうど100年という節目の年でもあります。当時の関西市長は、御堂筋の開発などを進め、大阪をアジアのマンチェスターにするという熱い思いを語っていました。その中で、御堂筋の緑化、公営地下鉄の整備、水辺の開発といった都市基盤の構想が生まれ、現在までつながっています。

万博の開催にあたっては、こうした節目を意識するとともに、昨今、世界情勢が不安定さを増す中にある、万博を開催すること、世界平和や協調に向けたメッセージを大阪・関西から積極的に発信していくべきであるように考えていました。



また、私が大阪観光局理事長に就任した2015年に、2030年をターゲットとし、大阪を「アジアナンバーワンの国際観光文化都市」にするという目標を掲げました。それに向けて、ホップ・ステップ・ジャンプの3段階。2025年は、そのステップにあたる年です。万博開催期間の6ヶ月間だけではなく、2030年に向けた成長のステッ

プとしても、2025年は鍵となる重要な年だと位置づけて準備を進めてきました。

■万博成功の最大の要因は、関係者が一体となった熱い思い。関西人の「おもてなしの精神」が大きく花開いた。

正木 開催に向けた準備段階では、機運醸成に向けた取り組み等で、ご苦労も多かったのではないのでしょうか。私も昨年3月まで東京にいましたが、正直、ミyakミyakも知らない人が多かったように思います。

溝畑 開催直前までなかなか関心が高まらず、ネガティブな反応が多かったのも事実です。1970年大阪万博の時代と異なり、今の日本は年間を通じて国際的なイベントが多く、万博だけが突出して注目される環境で

はなかったことも理由だと思います。

もっとも私自身は、2002年日韓共催サッカー・ワールドカップの招致や、Jリーグに昇格した大分トリニータの創設に

も関わった経験から、万博が実際に開催されれば、世の中の評価は変わると信じていました。

特に大分トリニータの創設では当初、地元理解も得にくく逆風の中でスタートしましたが、結果的にはサポーターや地元企業の支援もあってJ1に昇格、

2008年には全国優勝（ナビスコカップ優勝）も果たしました。もともとご存知の通り、資金繰り面では悪戦苦闘の日々。文字通り体を張ってスポンサー獲得に奔走しましたが、そのたびに問題が発覚して一から出直しになるなど、大変苦労しました

（笑）。

正木 そうした中、溝畑理事長は、機運醸成のため、今やトレードマークの万博公式キャラクター「ミyakミyak」を装着してPRに奔走されました。



溝畑 2024年12月、台北マラソンに出場する機会があったので、手持ちのミyakミyakグッズを何となく被って走ってみました。すると、思いの外、見物の子ども達からワイワイ声をかけられ、現地のニュースでも

大きく取り上げられました。そこで、この格好で万博をポジティブに広める活動が続けることにしました。トップ自らが発信することが重要だという私のリーダー論に基づいた行動です。ただ、正月に帰省した際には、姉から「いい歳こいて、まだそんなもん付けて」と叱られてしまいました（笑）。

正木 「ミyakひろし」誕生の間ですね。そのお陰もあって、万博は大成功だったと思いますが、成功の具体的な要因はどういった点にあったとお考えでしょうか。

溝畑 私は万博開催前から、4つの点を成果として想定していました。1つ目は、大阪・関西の国際的な認知度の向上。2つ目は、海外とのネットワーク構築。3つ目はSDGの強力な推進。

そして4つ目が、次世代の子ども達に世界を身近に感じてもらうことです。特に若い世代に対して、グローバルな視点が育つ機会をたくさん作りたいという思いが強かったです。

実際、関西経済連合会、関西経済同友会、大阪商工会議所など、多くの関係者のご尽力で、大阪・関西の認知度は海外でも向上し、ネットワークも構築されました。SDGsの観点でも、ダイバーシティやカーボンニュートラルへの意識が高まり、若い世代のグローバル志向や多様性への理解も深まったように思います。

交通インフラの整備も成功の秘訣です。大阪メトロ中央線の延伸により、開催期間中の半年で、約2500万人の来場者を円滑に輸送できたことは、大きな成果。この間、神戸空港の国際

化、関空の飛行経路見直し等もあり、関西3空港のハブ機能も大きく強化されました。



そして何より、主催者・来場者・スタッフ・ボランティアの方々が一体となって成功させようとした熱量が最大の要因だったと思います。関西の人々が従来から持ち合わせている「おもてなしの精神」。これが大きく花開いたと感じています。

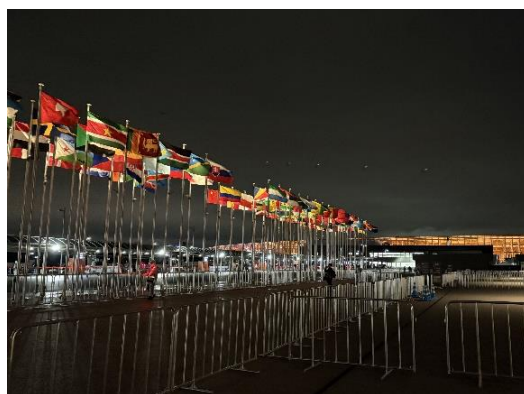
**正木** 私も何度も万博には足を運びましたが、子ども達が楽し

そうにしている姿が本当に印象的でした。各界でグローバルに活躍している方々の中にも「子どもの頃に(1970年の)万博に行ったことが世界を感じるきっかけになった」と話される方が驚くほど多いように思います。外国人がいて、最新技術があつてという空間は、子ども達の大きな経験、財産になることを痛感します。

**溝畑** その通りです。うちの弟夫婦の7歳と3歳の孫が万博に行つた後、「イタリアでもっと美術品を見たい」と言い出しました。3歳の子の方はアフリカに興味を持ち、「5歳になったら英語を学びたい」と言っています(笑)。こういうことが本当に嬉しいです。

**正木** まさに万博の最大の効果ですね。私も万博会場に入った

だけで高揚しました。各国の国旗がなびいて、世界が1つになつている感じが忘れられません。



**溝畑** 私は万博開催期間中、約400人の子ども達と「Hello! おもてなしジュニア」という組織を立ち上げ、海外の方と交流しました。これを今後も続け、更に広げていくつもりです。



子ども達の中には、経済的な理由で海外に行きたくても行けない子もいます。しかし、国内にいても、「内なる国際化」は進められる。外国にはどんな人がいて、どんな文化があるのか、子ども達は本質的に興味を持っています。そうした気持ちを引き出していく。これこそ、我々大人の責任ではないでしょうか。



## 万博レガシーの活用

■万博で高まった大阪・関西の認知度を活かしていくこと  
子ども達に万博で何が生まれたのか伝えていくこと。

正木 次は、そうした万博の成果をレガシーとして活かしていく段階だと思います。次世代を含め、レガシーをどのようにに継承していくとお考えですか。

溝畑 万博のレガシーを活用しつつ、大阪をハブにして関西全体の経済効果を高め、成長戦略を軌道に乗せる。万博で高まった大阪・関西の認知度をどのようにに持続させ、経済効果につなげるかが次のステージだと思っています。そのために重要なことが、ヒト・カネ・情報の集積、関西をアジアのハブとして機能させることです。

この点、ハブ機能の強化ではまず、交通体系の整備が非常に重要となります。JR桜島線延伸や北陸新幹線の大阪延伸、リニア新幹線といった鉄道網の整備を加速させることが期待されます。

またアジアのハブとして、関西3空港の更なる機能強化も不可欠です。例えば神戸空港のキヤパシティ拡大、関空の滑走路増設や飛行経路見直しなど。大阪港についても、瀬戸内との連携を強化し、IR開業に合わせスーパージョットの誘致や給電・給水施設の整備を進めるなど、海の玄関口として強化することが期待されます。

こうしたハブ機能強化の視点では、これまで大阪では十分に意識されてこなかったかもしれませんが、しかし東京がグローバル

ハブとして存在する中で、もう一つの極を作ることとは多様性の観点からも重要。その際、東京とは異なる魅力を意識することがポイントになります。

また子ども達の世代に向けては、万博の映像を編集し、全国に届けることを計画しています。

レガシーは、何よりも子ども達の心に残さないと意味がありません。万博で何が生まれたのか、しっかりと伝えていく。万博会場に来場することができなかった子ども達にも、今後何を伝えられるか。これが2026年の大きな宿題です。



## 大阪・関西の今後の成長

■「新しいものを生み出す大阪本来のDNA（自由、多様性）」、「大阪から日本を変える精神」。それが原動力。

**正木** 大きなビジョンのもと、万博の先、大阪・関西の将来に向けてお話を伺いたいと思います。私自身は大阪出身で、高校卒業までこちらで育ちました。大阪支店長として改めて関西の特徴を考えてみると、科学技術や産業が集積していることは非常に



大きな強みだとみています。特に京都大学、大阪大学、神戸大学、大阪公立大学など、高度な研究・教育水準を誇る大学が多く、大学発のスタートアップも数多く生まれています。ただ、それらを事業化する力が相対的に弱く、資金調達も東京に集中してしまっているのは、少し残念に思います。

私自身、若い頃にアメリカ西海岸の大学への留学を経験しましたが、そのチャレンジ精神やダイナミズムに圧倒された経験があります。今でも、GAF AをはじめIT関連企業の多くは西海岸に集中しています。アメリカでみられるように、東京（東海岸）とは別に、新しいアイデアや人材が集まる極が関西（西海岸）の強さにつながると 생각합니다。先ほどご指摘のあった、東京と

は異なる大阪・関西の都市としての魅力を再認識し、高めていくことで、関西ひいては日本全体が成長できるのではないかと感じています。

**溝畑** まさにその通りです。私は大阪に来る時に、なぜ五代友厚が大阪に来たのか調べてみました。五代は、経済圏としての大阪を作り上げるために、役人を辞めて自ら大阪に乗り込んできました。私も官僚から転身して大阪に来たので、境遇が似ていると感じたからです。

彼が語っていた言葉の中で印象的なのは「大阪や関西には自由と多様性がある」という点です。つまり行動力、ファイティングスピリットがあるということ。そうした点を考えたとき、経済を動かせるのは大阪・関西だと言っていたそうです。リスクを

恐れず挑戦する自主自立の精神に加えて、グローバルな視点も持っていたと思います。

私はそうした五代の精神を現代にどう引き継ぐかが、今後の大阪・関西の成長の過程で問われていると感じています。



**正木** 私が久しぶりに大阪に戻ってきて衝撃を受けたのは、大阪商工会議所が運営する企業家ミュージアムです。あれほど多くの偉大な企業家が大阪・関西から生まれていることに、改め

て驚きました。「新しいもの」を生み出すDNAは本場に強いと感じています。当店の調査担当職員も見学し、大阪・関西の躍動に感銘を受けたと言っていました。

**溝畑** もともと大阪にはそうした精神が満ち溢れていたはずですが、ところが、この50年、関西企業の本社機能がどんどん東京に移っていったこともあって、元気がなくなってしまったように感じます。五代友厚や関市長の「大阪から日本を変える」精神に立ち返って、本来の大阪特有のDNAを取り戻す必要があるように思えてなりません。もう一度原点に立ち返り、大阪・関西が誇りになることをやらないといけないという思いが、日本初のIRを誘致しようとか、万博を開催しようという私の原動力。

大阪・関西発で日本を引っ張っていくんだという思いでいっぱいです。

### ■観光を産業として捉え、インバウンドを盛り上げることが成長戦略の柱。

**正木** そうした関西の成長にとって、産業としての観光業の発展やインバウンド誘致は重要な要素だと考えています。特にインバウンド消費額を「輸出産業」として捉えた場合、関西のインバウンド消費額は半導体等電子部品に次ぐ第2位。急速な勢いで、自動車や鉄鋼を上回る産業にまで成長しています。

大阪観光局理事長のお立場から、産業としての観光や、インバウンド誘致策を今後、どのように発展させていくべきとお考えでしょうか。

**溝畑** まず、正木支店長のよう

に観光を「産業」として捉える視点ですが、日本ではまだまだ弱いと感じます。世界では観光がGDPの大きな割合を占め、雇用への波及効果も大きいにもかかわらずです。

私は観光庁長官就任時、シンガポールが観光業を「総合的地域産業」、「総合的戦略産業」と呼んでいることを知りました。地域の魅力を掘り起こし、ブランド化し、総合力でお金を引っ張ってくる。そうした知的総力戦の結果、雇用が生まれ、税収を生む。それが観光です。

2002年のワールドカップ開催時には、韓国が文化・体育・観光を統合し、成長戦略の象徴にしました。タイやマレーシアも、文化・観光省、スポーツ・観光省を持っています。日本ももっと見習うべきです。

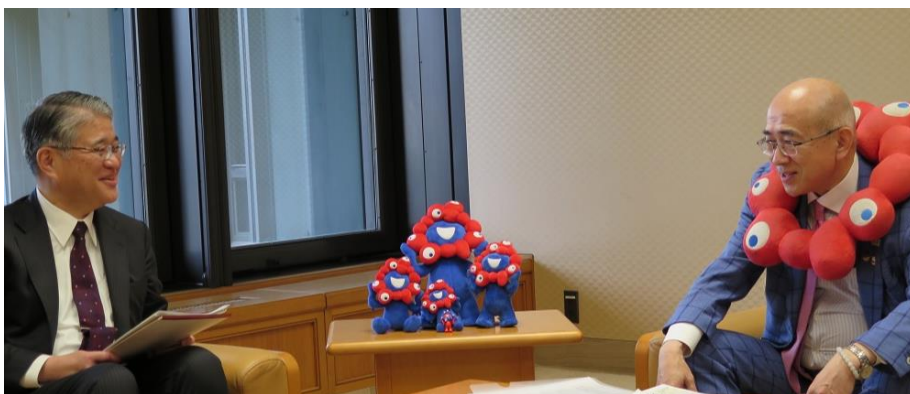
そこで大阪観光局では、2024年のインバウンド消費額を大阪約1.4兆円、関西約1.8兆円と試算しましたが、これを2030年にそれぞれ4兆円、6兆円まで増やす野心的な目標が必要だと考えています。量から質への転換を図ることも含め、これからの5年間で勝負です。

ポテンシャルが非常に大きなこともインバウンド誘致の強みと言えます。世界では観光がGDPに占める割合は約10%と高い一方、日本はまだ6〜7%程度。観光は、あらゆる産業に波及することからも、インバウンド消費額を増加させることは、成長戦略の柱になると考えています。

**正木** 一方で、そうした需要の増加に対して、供給面、つまり人手不足が懸念されています。両



面からの対応が求められますが、  
如何でしょうか。



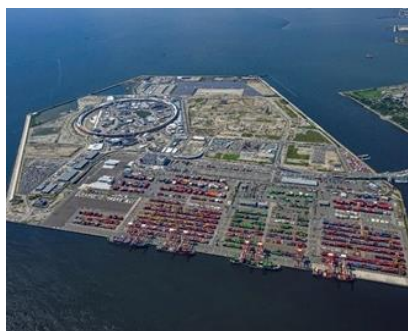
**溝畑** 「魅力的でないから、辞める」。人手不足の本質は、観光業も同じです。今の観光業界には、スポーツ界のような、スター選手がいない。だから優秀な若者が集まらない。観光は人の喜びや幸せに関わる素晴らしい仕事ですが、生活水準を確保できないければ、仕事を続けることはできません。社会的地位だけでなく、やはり所得もしっかりと引き上げていくことが求められます。そのもとで、スポーツ界のように「この分野に進めば世界で活躍できる」というサクセスストーリーを育てていきたいと思っています。

■大阪観光局は、世界と日本の観光を誰よりも熟知する。プロフェッショナル集団。熱量・情熱・想像力をもって、総合

プロデュースしていく。

**正木** 2030年には大阪にIRが開業する予定です。大阪・関西の都市としての魅力が高まる中で、今後、大阪観光局では、どのような役割を果たしていきたいとお考えでしょうか。

**溝畑** IR開業はまたとないチャンスです。エンターテインメント企業をはじめ、世界トップレベルのプレーヤーが大阪に参入してきます。優秀な人材は、そうした企業で働くことで成長し、どんどん世界に羽ばたいて欲しいと願っています。



観光は人に喜び・幸せ・感動を与える産業であり、縦割りを超えて課題をまとめ、方向性を示す司令塔になるものです。実際、世界では観光がそうした役割を果たしています。例えばシンガポール政府観光局では、観光を、ヒト・カネ・情報を集め、経済効果・税収・雇用を生み、住民を幸せにする「幸せ産業」として位置づけています。

我々観光局に必要なのは、権限ではなく、総合プロデュース力。世界と日本の観光の現状を誰よりも熟知するプロフェッショナル集団として、熱量・情熱・想像力をもって、司令塔を担うことが求められています。

**正木** そうした取り組みを推進していく中で、課題と感じられていることはありますか。

**溝畑** 観光は大きなポテンシャル

ルを持つ産業ですが、商社など他業界を巻き込めば、もっとも可能性が広がります。ただ、そうした他分野を巻き込む力がまだまだ未熟であると反省しています。関西経済連合会の松本会長も「万博のレガシーの一つは観光だ」とおっしゃっていましたが、まさに観光を成長産業として位置づけ、色々な業界を巻き込むべきです。



大阪・関西の認知度が上がった今こそ、レガシーを活かしながら、関西経済連合会、関西経済同友会、大阪商工会議所、関西観光本部などと一丸となって、大阪・関西をどんどん売り込んでいきたいと考えています。

### 今後の展望

■大阪・関西は、素晴らしい資源を、どんどん世界に送り出し、アジアのハブになる。

正木 最後に、大阪・関西の経済や観光に関する今後の展望について、どのような方向性や計画をお持ちでしょうか。

溝畑 私が今考えていることは3点です。まず1つ目は、SDGsを経済的にしっかりと体現していくこと。特に、大阪・関西は、カーボンニュートラルとダイバーシティをリードするエリ

アを目指すべきだと考えています。また現代は、緑の多い都市が国際競争力を持つ時代です。パリ、ロンドン、ニューヨーク、ソウルなど世界の都市が緑化を進める中、大阪も都市政策に緑を取り入れていく必要があります。グラングリーン大阪が国内外から高い評価を得ていることから明らかでしょう。



2つ目は、大阪が関西やアジアのハブとして、経済・国際機能の中心になることです。

江戸時代、北前船は大きなリ

スクを取って日本全国を回っていました。それは「日本全体を富ませることが大阪のミッション」だという思想が背景にあったからです。当時から大阪がハブとなり、各地の特産物を掘り起こし、技術を伝える。それが「天下の台所」につながりました。関西人は日本の真ん中に立ち、全国を動かすというDNAを持っているということです。

今でも大阪・関西には素晴らしい資源があるのだから、どんどん日本全国・世界に送り出せば良い。観光・食・ものづくり・スポーツ・エンターテインメントの各分野で全国の「ハブ」に必ずなれます。それが大阪・関西の目指すべき姿ではないでしょうか。3つ目は、2030年のIR開業を確実に成功させることです。IRには約1万5千人の雇



用が必要になります。が、今まで我が国になかった多様で高度なサービス産業が、この関西に生まれます。そこで働く「おもてなし人材」をオール大阪・関西でしっかりと確保し育成することが、最大のミッションだと考えています。

ただし、2030年で終わりではありません。時間軸を捉えた適切なマネジメントも必要です。IR開業後の2040年、2050年を見据えたアクションプランやKPIを設定しないと、あつという間に時間は過ぎてしまいます。関西全体でどのような役割分担を行い、連携するのか、万博で生まれた「オール関西」のスピリットを今こそ発揮しなければいけません。

そうした中で、次世代の若者が夢を持って世界に挑戦できる

仕組みを作ること、スタートアップやベンチャー企業が活躍できる舞台、エコシステムを整備することにも取り組んでいきたいと思っています。

そして何より、誰もが健康第一で幸せに過ごせるようになることが重要だと考えています。

**正木** グランドビジョンのもとで、関係者が一丸となり、夢をもつて取り組むことの大切さを改めて感じました。この点、日本銀行大阪支店でも、万博の方向性のもと、関西におけるインバウンドやスタートアップ、SDGs、GXの動向などを調査し、対外発信を行っています。また、大阪・関西の固有の役割である首都圏被災時のバックアップ機能の充実に向けて、金融界を挙げて取り組むほか、地域連携も意識しながら、広報活動の充実に

努めています。本日のお話を伺い、益々、中央銀行として我々も前向きに取り組んでいきたいとの思いを強くしました。本日は、多岐に亘るテーマで、様々な視点からお話をいただき、ありがとうございました。



#### 溝畑 宏（みぞはた ひろし）

1960 年京都府生。1985 年東京大学法学部卒業、自治省入省。2002 年大分県企画文化部長。2004 年（株）大分フットボールクラブ代表取締役。2008 年 J リーグナビスコ杯優勝。2010 年国土交通省観光庁長官。2012 年内閣官房参与、大阪府特別顧問、京都府参与。2015 年大阪観光局理事長（大阪観光局長）。大阪府市都市魅力戦略推進会議 委員。2017 年大阪府・大阪市 IR 推進会議 座長。大阪・関西スポーツツーリズム & M I C E 推進協議会 会長。2022 年一般社団法人メタバース推進協議会 常任理事。

#### 【受賞歴】

2002 年 9 月 2002 年ワールドカップ日韓開催功労賞（韓国サッカー協会より）  
2010 年 11 月 ベストドレッサー賞  
2012 年 1 月 経済界大賞  
2021 年 2 月 WEIBO ACCOUNT FESTIVAL IN TOKYO 2020 ベスト観光都市賞